

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam proses peningkatan reputasi UGM dari universitas terbesar di Indonesia menjadi universitas riset berkelas dunia, banyak upaya yang dilakukan oleh berbagai pihak. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui implementasi *cyber PR*.

Cyber PR yang diimplementasikan oleh Divisi Humas turut berkontribusi dalam hal publikasi. Publikasi sebagai bagian dari komunikasi internal dan eksternal UGM berfokus pada informasi berupa pencapaian-pencapaian UGM yang berkaitan dengan penelitian. Melalui publikasi tersebut, akan terbangun pemahaman masyarakat tentang UGM sebagai universitas riset berkelas dunia

B. Saran

Ada dua saran yang menurut peneliti dapat dilakukan berkaitan dengan implementasi *cyber PR* di UGM yaitu:

1. Topik-topik pada media sosial diarahkan tema mengenai penelitian agar dapat meningkatkan reputasi dan masyarakat menjadi tertarik untuk memperbincangkannya
2. Perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui besarnya kontribusi implementasi *cyber PR* dalam meningkatkan reputasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, Ahmad F. 2005. *Tips & Trik Public Relations*. Jakarta: Grasindo
- Argenti, Paul A. 2007. *Corporate Communication (fourth edition)*. Singapore: McGraw-Hill Companies
- Breakenridge, Deirdre K. 2008. *PR 2.0; New Media, New Tools, New Audiences*. New Jersey: FT Press
- Butterick Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers
- Cornelissen, Joep. 2004. *Corporate Communications; Theory and Practice*. London: SAGE Publications Ltd
- Cutlip, Scott M. Allen H. Center dan Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations* (edisi sembilan). Jakarta: Kencana
- Dalton, John., Croft, Susan. 2003. *Managing Corporate Reputation*. London: Thorogood
- Haig, Matt. 2001. *E-PR; The Essential Guided to Public Relations on the Internet*. London: Kogan Page
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah PR, Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagasan Publisher
- Holtz, Shel. 2002. *Public Relations on the Net; winning strategies to inform and influence the media, the investment community, the government, the public, and more! (second edition)*. New York: AMACOM
- Idrus, Mohamad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kelleher, Tom. 2007. *Public Relations Online; Lasting Concept for Changing Media*. California: Sage Publications, Inc.
- L'Etang, Jacquie. 2008. *Public Relations: Concepts, Practice and Critique*. Great Britain: TJ International, Padstow, Cornwall
- Lattimore, Dan., Otis Baskin, Suzette T. Heiman. Elizabeth L. Toth. 2010. *Public Relations; Profesi dan Praktik (edisi ketiga)*. Jakarta: Salemba Humanika

Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Newsom, Doug., Judy VanSlyke Turk. Dean Kruckeberg. 2004. *This is PR; The Realities of Public Relations*. Kanada: Wadsworth

Onggo, Bob J. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT. Elex Media Kompetindo

Philips, David., dan Philips Young. 2009. *Online Public Relations; A practical guide to developing an online strategy in the world of social media (second edition)*. London: Kogan Page

Ross, Leslie G. 2008. *Corporate Reputation; 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Solis, Brian., dan Breakenridge, Deirdree. 2010. *Putting the Public Back in Public Relations; how social media is reinventing the aging business of PR*. New Jersey: FT Press

Solove, Daniel J. 2007. *The Future of Reputation; Gossip, Rumor, and Privacy on the internet*. USA: Vail-Ballou Press.

Scott, David M. 2010. *The New Rules of Marketing and PR; How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video & Viral Marketing To Reach Buyer Directly (second edition)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

Weber, Larry. 2009. *Sticks and Stones; How Digital Business Reputations Are Created Over Time and Lost A Click*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Jurnal

Dowling, Grahame R. 2006. *Communicating Corporate Reputation through Stories*. California Management Review. Vol. 49. Nomor 1. Hal: 82-99. University of California

Hardjana, Andre A. 2008. *Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi*.

Jurnal Komunikasi. Vol. 5. Nomor 1. UAJY

Schlinke, Jennette., dan Stephanie Crain. 2013. *Social Media from an Integrated Marketing and Compliance Perspective*. JOURNAL OF FINANCIAL SERVICE PROFESSIONALS. Maret, hal: 85-92. Society of Financial Service Professionals.

Van Riel, Cees BM., dan Balmer, John MT. 1997. *Corporate Identity: the Concept, Its Measurement and Management*. European Journal of Marketing. Vol. 31. Nomor 5/6. Hal: 340-355. MCB University Press

Situs

www.cipr.co.uk

www.kompas.com

www.mcgovernpr.com

www.metrotvnews.com

www.ugm.ac.id

www.facebook.com/GadjahMadaUniversity?fref=ts

www.twitter.com/UGMYogyakarta

www.youtube.com/user/UGMOfficial